

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN MELAKUKAN TRANSAKSI
PADA APLIKASI GRAB DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

THARIO ZINEDIN WIDIANSYAH

21012010139/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN
PERSEPSI ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN APLIKASI TOKOPEDIA DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

THARIQ ZINEDIN WIDIANSYAH

21012010139/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi**

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal : 29 Agustus 2025

Pembimbing Utama



Zumrotul Fitriyah S.E., M.M.
NIPPPK. 198012182024212011

**Tim Penguji
Ketua**



Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIPPPK. 196901132021212003

Anggota



Dr. Dra. Ika Korika Swasti, M.Pd.
NIP. 196409201989032001

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur**



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Thariq Zinedin Widiensyah
NPM : 21012010139
Fakultas /Program Studi : FEB / Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Melakukan Transaksi Pada Aplikasi Grab di Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 1 September 2025

Yang Menyatakan,



Thariq Zinedin Widiensyah

NPM. 21012010139

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Melakukan Transaksi Pada Aplikasi Grab Di Surabaya**” . Penulisan penelitian ini disusun untuk memenuhi persyaratan kurikulum pada Program Studi Manajemen yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sebagai Sarjana Manajemen.

Keberhasilan penyusunan penelitian ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya bimbingan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak, maka dari itu penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., IPU., ASEAN.Eng selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Syamsul Huda, SE., MT sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur.
3. Dr.Wiwik Handayani, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur.
4. Zumrotul Fitriyah S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan banyak arahan maupun bantuan secara tulus dan penuh kesabaran selama penulis menyusun laporan akhir ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran serta masukan yang berguna bagi penulis.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran berharga selama penulis menjalani perkuliahan.
7. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa serta dukungan secara materi maupun non materi untuk penulis.
8. Linc Bellatrix dan Daffa Ridwan yang senantiasa membantu dan memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis selama penulisan penelitian ini.
9. Teman-teman penulis yang senantiasa membantu, menghibur, dan memberikan dorongan serta motivasi kepada penulis agar dapat menyelesaikan penelitian ini.

Selama proses penulisan skripsi, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan penelitian ini.

Surabaya, 30 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
ABSTRAKSI	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Teori	12
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.2 Perilaku Konsumen	13
2.2.3 Online Customer Review	14
2.2.4 <i>Online Customer Rating</i>	16
2.2.5 Keputusan Melakukan Transaksi	18
2.3 Hubungan Antar Variabel	19
2.3.1 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Melakukan Transaksi	19
2.3.2 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> Terhadap Keputusan Melakukan Transaksi.....	20
2.4 Kerangka Konseptual.....	21
2.5 Hipotesis.....	21
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	22
3.1.1 Definisi Operasional.....	22
3.1.2 Pengukuran Variabel	25

3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.1 Jenis Data.....	26
3.3.2 Sumber Data	27
3.3.3 Pengumpulan Data	28
3.3.4 Teknik Analisis Data.....	28
3.4 Cara Kerja PLS.....	29
3.5 Langkah – Langkah PLS.....	30
3.5.1 Langkah Pertama : Merancang Model Struktural atau Inner Model	30
3.5.2 Langkah Kedua : Merancang Model Pengukuran atau Outer Model	30
3.5.3 Langkah Ketiga : Mengkonstruksi Diagram Jalur (Gambar Lengkap Dengan Indikator)	31
3.5.4 Langkah Kelima : Estimasi.....	33
3.5.5 Langkah Keenam : Goodness of Fit.....	34
3.5.6 Langkah Ketujuh: Pengujian Hipotesis	36
3.6 Asumsi PLS.....	36
BAB 4 PEMBAHASAN.....	37
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.1.1 Gambaran Umum Aplikasi Grab	37
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	38
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Hasil Tanggapan Responden pada Variabel <i>Online Customer Review</i>	40
4.2.2 Hasil Tanggapan Responden pada Variabel <i>Online Customer Rating</i>	41
4.2.3 Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Melakukan Transaksi.....	43

4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis	45
4.3.1 Uji Partial Least Square.....	45
4.3.2 Uji Hipotesis	54
4.4 Pembahasan.....	56
4.4.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Melakukan Transaksi	56
4.4.2 Pengaruh Online Customer Rating terhadap Keputusan Melakukan Transaksi.....	57
BAB 5 PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Data Indeks Kategori Jasa Transportasi Online	4
Gambar 1. 3 Review Pengguna Grab di App Store dan Google Play Store	6
Gambar 1. 4 Jumlah Rating Bintang 1 dan 2 tahun 2023 - 2025 aplikasi Grab di App Store.	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	21
Gambar 3. 1 Diagram Jalur	31
Gambar 4. 1 Outer Model	45

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Skala Likert	25
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.2	Usia Responden.....	39
Tabel 4. 3	Tanggapan Responden Terhadap Butir Pernyataan Variabel <i>Online Customer Review</i>	40
Tabel 4. 4	Tanggapan Responden Terhadap Butir Pernyataan Variabel Persepsi <i>Online Customer Rating</i>	42
Tabel 4. 5	Tanggapan Responden Terhadap Butir Pernyataan Variabel Keputusan Melakukan Transaksi	43
Tabel 4. 6	Hasil Outer Loading	46
Tabel 4. 7	Hasil <i>Cross Loading</i>	50
Tabel 4. 8	Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 9	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i>	52
Tabel 4. 10	Hasil Uji Korelasi.....	52
Tabel 4. 11	Hasil Uji Ketepatan Model	53
Tabel 4. 12	Hasil Uji Hipotesis	54

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN MELAKUKAN TRANSAKSI
PADA APLIKASI GRAB DI SURABAYA**

Oleh :

THARIO ZINEDIN WIDIANSYAH
21012010139/FEB/EM

ABSTRAKSI

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong transformasi signifikan dalam pola perilaku konsumen, khususnya dalam penggunaan layanan berbasis aplikasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan melakukan transaksi pada aplikasi Grab di Surabaya. Kedua variabel tersebut dipilih karena relevan dalam membentuk persepsi pengguna terhadap kualitas layanan dan kredibilitas aplikasi, yang dapat berdampak pada keputusan bertransaksi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada pengguna aplikasi Grab di Surabaya yang pernah melihat ulasan dan rating aplikasi. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*, dan data dianalisis dengan metode *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online customer review* dan *online customer rating* berkontribusi terhadap keputusan melakukan transaksi. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi Grab di Surabaya cenderung mempertimbangkan ulasan dari pengguna lain dan penilaian berbentuk rating sebelum memutuskan untuk melakukan transaksi melalui aplikasi tersebut.

Kata Kunci : Promosi;Ulasan Pelanggan;Keputusan Penggunaan.